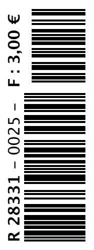
Entreprissimo le mag

Le mag des entrepreneurs de Côte-d'Or

ÉLECTIONS CONSULAIRES :
Mode d'emploi

N° 26 Novembre Décembre 2010 – 3 €



DOSSIER

2010 - 2015 :
Les défis du chef d'entreprise



www.entreprissimolemag.fr

// DOSSIER
2010–2015 : les défis du chef d'entreprise



Sommaire //

// **ÉLECTIONS CONSULAIRES** Mode d'emploi
Voter : pourquoi, comment ? 4

// **TABLEAU DE BORD**
Indicateurs de performance 7

// **ENTREPRENDRE EN CÔTE-D'OR**
Flashs 8
Industrie
La filière emballage se réforme 9-10
Méca Chainey va de l'avant 11

// **MADE IN CÔTE-DOR** 13

// **DOSSIER**
2010-2015 :
les défis du chef d'entreprise 15-19

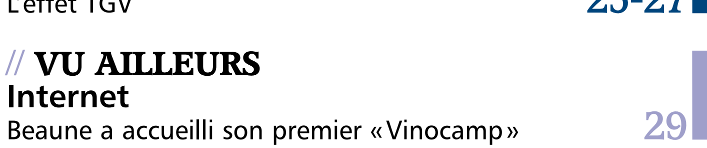
// **L'ACTUALITÉ DES CCI DE CÔTE-D'OR**
Bourgogne Ecobiz I-IV
Supplément « Entrez dans l'entreprise ! » V-VIII

// **PASSION D'ENTREPRENEUR**
Jean-Luc Néault : une vie est faite de cycles 21



// **DANS L'AIR DU TEMPS**
Internet
Entrez dans l'ère du « m-commerce » 23

// **L'ÉCO DES TERRITOIRES**
Transport
L'effet TGV 25-27



// **VU AILLEURS**
Internet
Beaune a accueilli son premier « Vinocamp » 29

// **ARRÊT SUR IMAGE**
Comme si vous y étiez 30

ÉDITO

VOTEZ pour une CCI encore plus forte !

Enfin nous y sommes. Après bien des rebondissements et des changements de calendrier, nous voici arrivés à la fin de cette mandature. Dernier numéro donc pour l'équipe éditoriale en place. Mais en aucun cas un bilan, bien au contraire ! Notre dernier objectif, préparer l'avenir, avec vous.

Tout d'abord, en remplaçant la traditionnelle interview par un focus sur les élections qui se dérouleront du jeudi 25 novembre au mercredi 8 décembre prochains. Pourquoi, quand, comment voter? Toutes les explications dans cet article, mais également sur www.cci21.fr. Une chose est sûre : votre vote par correspondance donnera du poids aux actions qui seront engagées par la future CCI Côte-d'Or afin de servir vos intérêts. Un seul mot d'ordre : VOTEZ !

Le dossier, quant à lui, est consacré aux défis majeurs que vous aurez à relever demain. Une projection dans les cinq prochaines années, sur des thèmes incontournables dans la vie de l'entreprise : l'innovation, le développement durable, l'e-réputation et la motivation de vos collaborateurs. Comme toujours, *Entreprissimo le mag* vous donne les clés pour comprendre et réussir.

Nous vous souhaitons donc une agréable lecture de ce numéro « spéciale prospective », dernier numéro commun des CCI Beaune et Dijon. Le prochain sera réalisé par la nouvelle Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte-d'Or… pour laquelle vous allez élire vos nouveaux élus !

L'équipe éditoriale

Entreprissimo *le mag* Chambre de Commerce et d'Industrie de Dijon : 2 avenue de Marbotte – 21000 Dijon – Tél. 03 80 65 91 00 – Fax 03 80 65 37 09 – entreprissimolemag@dijon.cci.fr – Directeur de la publication : Patrick Laforêt – Direction éditoriale : Vincent Jaurou, Philippe Rouiller, CCI Dijon, Stéphane Lang, CCI Beaune et Esprit Public – Responsable du contenu : Émilie Billot – Ont collaboré à ce numéro : Bélinda Belin, Marie-Laure Chardon, Déborah Moussu, Aleth Saint-Eve – Publicité : Contact'S – 06 82 58 61 67 et 03 80 55 05 68 – Mise en page et maquette : Esprit Public – Impression : Imprimerie de Champagne – Abonnement : un an (5 numéros) 15 € TTC (27 € pour deux ans). Chèque à l'ordre de la CCI Dijon.
Entreprissimo *le mag* est publié 5 fois par an – Tirage 19000 ex. Dépôt légal novembre 2010. N° de Commission paritaire 1103AD – ISSN 1951-0756.

Voter : pourquoi, comment?



Du 25 novembre au 8 décembre, les chefs d'entreprise électeurs peuvent élire les 50 membres titulaires de la nouvelle CCI Côte-d'Or et les 250 délégués consulaires pour une durée de 5 ans. Dès la réception des bulletins de vote, il leur sera possible de voter par correspondance..

Élections 2010 : quel enjeu?

Établissement public dont la mission consiste à favoriser le développement économique des entreprises présentes sur son territoire, toute CCI met en place une politique par le biais de ses élus, tous chefs d'entreprise. Ils sont à l'interface des entreprises et des collectivités locales et territoriales. Le profil de ces hommes et de ces femmes appelés à définir la politique de la CCI Côte-d'Or pour les cinq prochaines années est le grand enjeu de ces élections consulaires de 2010.

Qui élit-on?

Cette année, le vote revêt un caractère particulier. En effet, c'est la première fois que les chefs d'entreprise électeurs vont élire leurs représentants à la nouvelle CCI Territoriale Côte-d'Or et à la CCI de la Région Bourgogne. Ils éliront 50 membres titulaires dont :

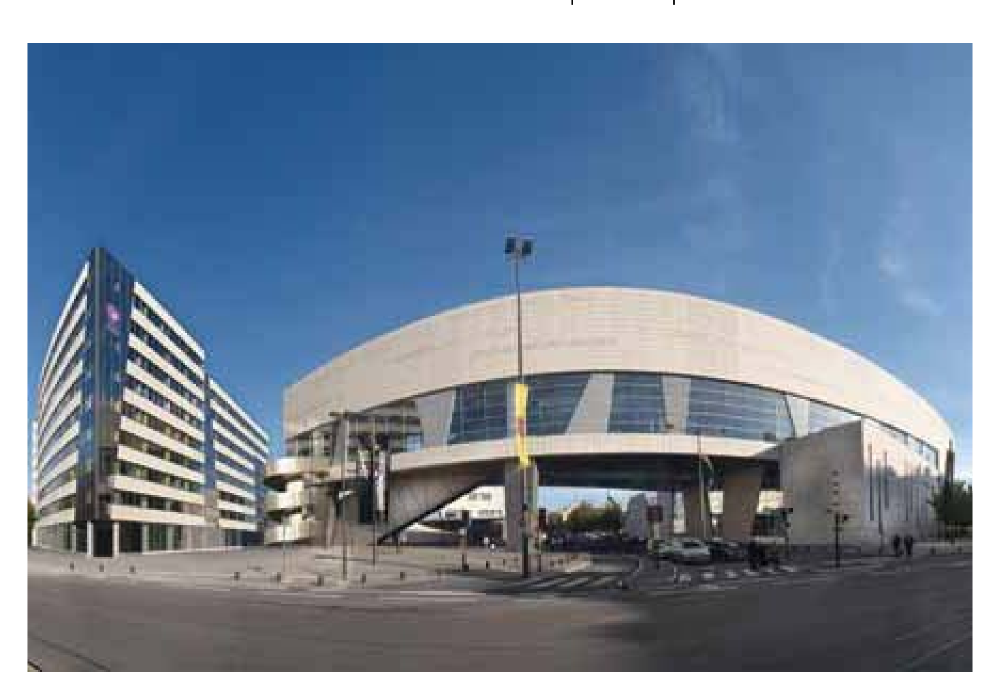
– 16 seront titulaires au niveau régional et territorial,
– 16 seront leurs suppléants au niveau régional et auront une mission territoriale,
– 18 seront titulaires au niveau territorial.

Répartition des 50 membres par catégories et sous-catégories électorales

	Effectif	Nombre de sièges	Dont nombre de sièges régionaux
Commerce	0 à 9 salariés	8	2
	10 salariés et Plus	6	2
Industrie	0 à 9 salariés	8	3
	10 salariés et Plus	10	3
Service	0 à 9 salariés	8	3
	10 salariés et Plus	10	3
TOTAL		**50**	**16**

Quel est le rôle des futurs élus ?
Les 50 membres titulaires arrêtent la politique de la CCI (ses projets, ses actions aux services des entreprises)
Les 250 délégués consulaires élisent les juges aux tribunaux de commerce.

Comment et quand voter ?
À partir du 25 novembre, les chefs d'entreprise électeurs vont recevoir leurs instruments de vote par correspondance (bulletins, enveloppes, professions de foi des candidats). Ils auront jusqu'au 8 décembre **pour voter par correspondance**, en veillant à ne pas oublier de signer le dos de l'enveloppe de vote par correspondance.



POURQUOI UNE RÉFORME DES CCI ?

Face à la situation économique et à la volonté du gouvernement d'entreprendre la Révision Générale des Politiques Publiques (RGPP), les CCI s'engagent dans une réorganisation de leur réseau. Cette réforme des CCI permettra de renforcer l'échelon national et les échelons régionaux, de mutualiser des structures, mais aussi d'adapter des missions au service des entreprises et de mettre en place une fiscalité unique régionale.

EN SAVOIR +

CCI Dijon – Nathalie Kruba
BP 17440 – 21074 Dijon Cedex
03 80 65 91 20
www.cci21.fr

CRÉER UNE ENTREPRISE, UNE SIMPLE FORMALITÉ !

AU PLUS PRÈS DES ENTREPRISES, OÙ QU'ELLES SOIENT !

INTÉGRER UN RÉSEAU, UNE VRAIE RÉVÉLATION !

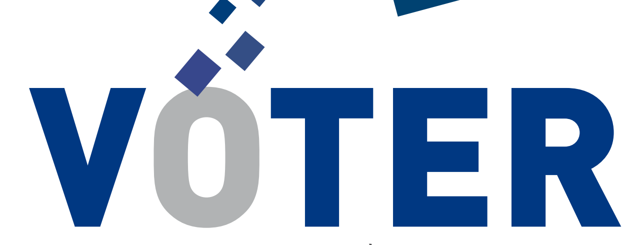
SOUTENIR LE COMMERCE, L'INDUSTRIE, LES SERVICES AVEC LA MÊME ÉNERGIE !

RACCOURCIR LES DISTANCES, RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ !

Eastern

FORMER DES ENTREPRENEURS, YES WE DO !

DU 25 NOVEMBRE AU 8 DÉCEMBRE JE VOTE POUR UNE CCI ENCORE PLUS FORTE !



C'EST DONNER DU POIDS À VOTRE **ENTREPRISE**

www.cci21.fr



// **Tableau de bord** Les atouts économiques de la Côte-d'Or

Un département jeune

- Seul département bourguignon où les personnes de moins de 20 ans (un habitant sur quatre en 2007) sont plus nombreuses que les personnes âgées de 60 ans et plus.

Un département riche

- PIB par habitant : 28 100 euros (23 800 euros en Bourgogne).
- Revenu fiscal des ménages de Côte-d'Or (18 950 euros par unité de consommation) supérieur au revenu médian de France métropolitaine hors Île-de-France (17 600 euros) ; il classe la Côte-d'Or parmi les dix départements français les mieux dotés.

Des infrastructures performantes

- Aéroport Dijon-Bourgogne – Projet Renaissance : 24,5 millions d'euros d'investissements, lancements de nouvelles lignes (Bordeaux, Toulouse,…)
- Tramway : 400 millions d'euros investis pour deux lignes de tramway, opérationnelles dès 2013 (soit 20 km sur 3 axes principaux)
- Liaisons ferroviaires : Dijon : 49 TGV par jour ; Beaune : 2 AR Beaune-Paris, 2 AR Beaune – Chalon-sur-Saône ; Montbard : 8 dessertes par jour.
- Mise en service en décembre 2011de la branche Est de la LGV Rhin-Rhône qui reliera Dijon à Mulhouse en 1 h 05.



Université - Recherche

- Des conditions d'accueil des activités de recherche exceptionnelles :
  - » PREMICE, incubateur régional CEEI depuis 2005 ;
  - » L'ERIE (Espace Régional pour l'Innovation et l'Entreprenariat) dès 2011 ;
  - » La constitution d'un Technopôle Agro-Environnement, AGRONOV, dédié à l'innovation et au transfert de technologie dans le domaine de l'agro-environnement ;
  - » WELIENCE, spécialisée dans le transfert de technologie
  - » et des laboratoires européens… :
    - – Institut National de Recherche Agronomique (INRA) ;
    - – Centre Européen des Sciences du Goût (CESG).
- 35 000 étudiants en Bourgogne, 27 000 en Côte-d'Or : plus de 400 diplômes.



Pôles de compétitivité

- Gout-Nutrition-santé : VITAGORA
  - » 135 adhérents :
  - » 123 projets labellisés
  - » Ces projets représentent :
    - – 95 M€ d'investissement
    - – 1084 M€ de chiffres d'affaires additionnels
  - » 546 emplois créés ou attendus d'ici 2012
  - » 13 implantations / créations / relances d'entreprises sur les territoires du Pôle
- Pôle Nucléaire Bourgogne : PNB
  - » 129 membres (Grands donneurs d'ordre, PME industrielles, partenaires) représentent plus de 9 000 salariés.

Pôles d'excellence rurale

- Ecopôle Bois
- Les Grands lacs du Morvan
- La ferme du hameau, l'Auxois naturellement
- Tourisme fluvial, pédestre et cycliste autour de la Saône
- Aéropôle Darois-Bourgogne

Emploi

- 237 100 emplois (soit plus d'un tiers des emplois de la région) dont 67 % dans le tertiaire.

Richesses viti-vinicoles

- Le vignoble de Bourgogne se partage entre la Côte de Nuits et la Côte de Beaune
- 9 690 ha de vignes
- 32 appellations « Grands Crus » (Bâtard Montrachet, Corton-Charlemagne, Grands Echezeaux, Richebourg, Romanée-Conti,…)
- 240 396 hectolitres (32 millions de bouteilles)
- 50 % à l'export (plus grand pourcentage des vignobles de France) dont la moitié aux États-Unis et au Royaume-Uni.

Tourisme

- La Côte-d'Or, premier département touristique de la région : 2 175 872 nuitées en 2009 (4 604 603 nuitées en Bourgogne)
- 8 900 emplois salariés liés au tourisme en Côte-d'Or, soit quasiment la moitié (41 %) des emplois liés au tourisme en Bourgogne
- Des monuments de renom : Hospices civils de Beaune (376 290 visiteurs en 2008), Musée national des Beaux Arts de Dijon (160 263 visiteurs), Jardin des Sciences (119 797 visiteurs), Abbaye de Fontenay (95 558 visiteurs),…

Équipements culturels

- 20 musées (Musée national des beaux arts de Dijon, Musée du pays Châtillonnais Trésor de Vix, Museoparc d'Alésia,…)
- 1 Zénith
- 1 Auditorium



France Drive

Restauration rapide en voiture



Offrir la possibilité à l'automobiliste d'acheter son repas sans descendre de sa voiture… C'est le challenge réussi par Christophe Boucher et son associé Christophe Petit qui ont créé la société France Drive en août 2010. Cinq ans leur ont été nécessaires pour affiner le concept – une première en France –, choisir un site adapté permettant de gérer un flux de véhicules important, mettre en place une chaîne du froid qui préserve la fraîcheur des produits et assure la rapidité du service proposé de 11 h 30 à 22 h 30, 7 jours sur 7. Ce mode de restauration permet au client de choisir la composition de son menu sur une borne interactive, de passer en caisse et de repartir avec son repas sans mettre le pied à terre.

EN SAVOIR +

100 avenue Roland Carraz – 21300 Chenôve
03 80 23 34 65 - www.francedrive.fr

//

Perrin Sa

Démarche d'innovation



Implantée en Bourgogne depuis 1644, l'entreprise est l'un des derniers fabricants français indépendants d'outils à main pour les secteurs du bâtiment, du jardin et du déneigement. Son PDG, Éric Perrin, a résolument engagé ses équipes dans une démarche d'innovation avec de nouvelles approches marché, de collaboration et d'offres par la mise en œuvre de nouvelles gammes exclusives. À son actif notamment les présentoirs génériques permettant aux magasins de proposer à leurs clients des gammes complètes d'outils en s'affranchissant des contraintes logistiques de présentation en linéaires, une nouvelle gamme d'outils de jardin spécialement conçue pour les femmes, la gamme Natur'elle, la création d'outils spécifiques à destination des professionnels, comme le nouveau louchet d'arrachage.

EN SAVOIR +

Outils Perrin - 21120 Til-Châtel
03 80 95 12 55 – www.outilsperrin.com

//

Médiateurs et Négociateurs Associés

Sortir du conflit par la médiation



La médiation pour dénouer rapidement des situations difficiles et inextricables… Une initiative, concrétisée par la création à Dijon, en juin 2010, de l'association loi 1901 «Médiateurs et Négociateurs Associés», et portée entre autres par Nathalie Fontaine Tranchand et Catherine Deloge Magaud, respectivement avoué et avocat près la Cour d'appel de Dijon. Leur pratique confirmée du conseil, des formations approfondies aux techniques de médiation, les ont guidées dans cette voie professionnelle pour mutualiser avec succès leurs expériences. La médiation, en effet, permet d'éviter l'incertitude liée au procès, facilite les possibilités d'un accord satisfaisant et durable, tout en minimisant les coûts et la durée d'un conflit entre les parties. Autant d'expertises que ces deux fondatrices transmettront également en organisant des stages, des ateliers et des conférences.

EN SAVOIR +

Médiateurs et Négociateurs Associés
6 rue Hernoux – 21000 Dijon – 03 80 30 85 85
mediateurs-negociateurs-associes@live.fr

//

Michon-Maurice

Cession exemplaire



Trema Multitechnique, groupe spécialisé dans les domaines de maintenance électrique, climatique et mécanique, appuie son développement sur une organisation décentralisée autour de cinq PME régionales : Déoust (10), CSM (89), Lecomte (59), Etel (75 et 89), AP2I (51). Il a repris, en avril 2010, l'entreprise Michon-Maurice, à Sainte-Colombes-sur-Seine. Cette entreprise bénéficiait de près de 50 années d'existence dans les secteurs suivants : chauffage toutes énergies, ventilation, climatisation, travaux sanitaires, traitement d'eau, fluides industriels. Une cession bien conduite avec l'appui efficace de la CCI Dijon, qui a mis en contact repreneur et cédant. Elle s'inscrit dans le cadre d'une politique de croissance externe du groupe, à la recherche d'opportunités de rachats afin de compléter son expertise sur ses zones d'intervention actuelles et futures.

EN SAVOIR +

Trema Multitechnique – 5 rue Louis Berthollet
10000 Troyes – 03 25 46 71 56
www.trema-multitechnique.com

INDUSTRIE

La filière emballage se réforme

Suite à un diagnostic dressé en 2008, la filière emballage a mis en place de multiples outils pour mieux se réinventer et appréhender l'avenir. Un futur que les professionnels de cette industrie abordent avec la volonté de «se réinventer».


Javaux-Leveque

Qui le sait ? Qui sait que la filière emballage pèse autant que l'aéronautique en France ? Très peu de monde. Et pourtant, elle compte, elle aussi, 120 000 salariés. C'est précisément en raison du poids, de l'importance de cette industrie que le CEPIEC (Centre d'Expertise et de Promotion des Industries de l'Emballage et du Conditionnement), a réalisé un diagnostic de la filière emballage, en 2008, sans l'aide d'aucun pouvoir public, mais avec le concours de la CCI Dijon. Pierre Chevalier, président de cette association qui existe depuis 1990 et dont l'objectif consiste à promouvoir et à développer les métiers de l'emballage, précise : «Nous souhaitions mieux connaître notre filière. Qui en fait partie très exactement ? Quels sont ses métiers et ses compétences ? Quels sont ses atouts et ses besoins ?»

Un diagnostic, des actions

Depuis, plusieurs constats ont été dressés. Notamment la faiblesse de la fonction commerciale au sein de cette industrie qui ne cesse de se complexifier. Mais aussi une forte aspiration autour des questions environnementales pour une filière qui, selon Pierre Chevalier «fut parmi les premières à travailler dans le sens du développement durable». Aujourd'hui, le président du CEPIEC tire un enseignement majeur de ce diagnostic : «La filière emballage a un très fort potentiel industriel et commercial, mais elle doit profondément se réinventer. Demain, elle devra beaucoup mieux communiquer, mais aussi apprendre à collaborer afin que tous bénéficient des richesses d'une filière aux métiers très différents les uns des autres.» Depuis ce diagnostic qui a fait date dans l'histoire de cette industrie, le CEPIEC, avec l'aide de la Déléguée Générale mise à sa disposition par la CCI Dijon, met donc en place un ensemble de mesures cofinancées par l'État et la région Bourgogne. Outre un catalogue de formation présentant les multiples possibilités existantes, il existe désormais pour les professionnels de la filière emballage un service internet «SVP» qui, sur le principe de questions-réponses, permet à chacun de solutionner ses problèmes. Du côté de Vitagora, avec qui existe un partenariat depuis sa création, Pierre Chevalier précise : «Nous avons répondu avec ce pôle de compétitivité à un appel à projet national. Adossé à l'ESIEC, l'école d'ingénieurs emballage de Reims,

nous pourrions procéder à une veille documentaire pour faire un état des lieux sur les besoins des seniors en matière de packaging alimentaire pour demain. »

Une analyse partagée par tous

Sur le terrain, que ce soit au sein des grands groupes de la filière emballage ou des TPE/PME, tout le monde semble d'accord sur l'analyse de Pierre Chevalier : « La filière emballage a un très fort potentiel industriel et commercial, mais elle doit profondément se réinventer. » Chez Cermex, concepteur et fabricant de machines à encaisser, fardeler et palettiser situé à Corcelles-lès-Citeaux, Jean-Marc Passemard est convaincu que la filière emballage a de l'avenir « parce qu'elle touche beaucoup notre quotidien notamment avec les produits de grande consommation. » Un constat qui lui fait ajouter : « Nous avons par exemple une vraie carte à jouer dans le domaine du développement durable. Même si les Français sont nombreux à avoir une mauvaise image de l'emballage et du suremballage, notamment en raison des déchets produits, nous devons leur dire que l'emballage est d'abord là pour protéger et que nous travaillons tous les jours à son optimisation. » L'ouverture à l'international est également aux yeux de Cermex, (groupe de 550 personnes – chiffre d'affaires de 80 millions d'euros dont 70 % hors de France), une priorité pour la filière emballage. D'où son choix, d'installer un site de fabrication à Pékin pour le marché asiatique. « En Chine, il y a un marché en pleine expansion. Nous souhaitons répondre mieux et plus rapidement aux attentes locales. C'est une première pour nous et nous avons d'autres projets sur l'Inde et le Brésil », explique Jean-Marc Passemard. Chez Javaux-Leveque, entreprise familiale qui emploie 18 personnes et affiche un chiffre d'affaires de 1,7 million d'euros en 2009, Patrice Leveque estime, lui aussi, que l'international est l'un des grands enjeux de la filière emballage : « Il y a 30 ans, la balance commerciale de la France était excédentaire. Aujourd'hui, elle est déficitaire. Nous avons de très bons produits, mais beaucoup de mal à les vendre à l'étranger. À mon sens, la solution consiste à se situer au plus près de nos clients. » Une conviction déjà suivie d'effets puisque chez certains de ses clients, Javaux-Leveque a placé une partie de son personnel à demeure : « En fin de ligne, ils emballent chez le client. Cette proximité constitue une forme d'atelier intégré. » Chez JFD Packaging, PME qui, en 2009, a réalisé un chiffre d'affaires de 400 000 euros avec ses trois salariés, Francis Durand est également conscient que la filière emballage ne doit pas s'endormir, mais se réformer : « Ces dernières années, en raison de la baisse de volume de notre production liée à la conjoncture, nous nous sommes beaucoup développés. Notamment dans les présentoirs promotionnels publicitaires (PLV). De toute façon, nous n'avons pas le choix. En Bourgogne, des clients tels que les Anis de Flavigny, la fromagerie Delin ou encore les cassis Briottet, cherchent constamment des nouveautés pour leurs produits. »



JFD Packaging



Cermex

EN SAVOIR +

CEPIEC
Isabelle Gambu
03 80 65 92 76
www.emballer.com

Javaux-Leveque
ZA des Renardières
21560 Arc-sur-Tille
03 80 37 21 41
www.javaux-leveque.com

CERMEX
87 route de Seurre
21910 Corcelles-lès-Cîteaux
03 80 70 71 00
www.cermex.fr

JFD Packaging
36 bis rue du 26e Dragon
21000 Dijon
03 80 70 21 90
www.jfdpackaging.com

Méca Chainey va de l'avant

Crise ou pas, Méca Chainey, entreprise de Châtillon-sur-Seine, a décidé d'investir. Passage au numérique, recrutement... nombreux sont ses projets réalisés depuis peu ou en cours de réalisation.



C'est l'histoire d'une entreprise familiale comme il en existe des milliers. Et pourtant, une entreprise familiale ne ressemble jamais véritablement à une autre. Chacune a un esprit, des us et coutumes qui lui sont propres. Méca Chainey est une entreprise spécialisée dans l'usinage, la chaudronnerie industrielle, la métallerie. Elle est composée d'une équipe de 8 personnes, a toujours su évoluer, son savoir-faire et l'exigence de ses compétences lui permettent d'avoir une clientèle très diversifiée. En 2010, malgré la crise qui, comme de nombreuses PME, l'a frappée, elle a investi 200000 euros dans deux machines numériques : un tour et un centre d'usinage. « Pour évoluer, trouver une nouvelle clientèle, être en capacité de faire de nouvelles pièces en petite et moyenne série… » raconte le dirigeant de Méca Chainey qui, en 2009, a développé son activité essentiellement pour l'industrie du bassin montbardois, de Dijon et ses environs ainsi que du centre de la France. Cette volonté de se tourner vers l'innovation ne date pas d'aujourd'hui. Méca Chainey, créée en 1960 par Chainey père, est toujours allée dans ce sens-là. « Mon père a réussi à se développer grâce au dépôt de plusieurs brevets d'invention », se souvient Philippe Chainey. L'actuelle réorganisation de l'entreprise a été entamée dès 2004 avec le rachat d'une chaudronnerie, à Châtillon-sur-Seine, pour faire face à un manque de place évident et pour installer de nouvelles machines : plieuses, presses, matériel de soudage, pont… « Et ce développement n'est pas terminé », avance Philippe Chainey, avant de poursuivre : « Il faut toujours évoluer pour rester compétitif. Notre problème, actuellement, est de trouver un professionnel qualifié, ayant de l'expérience. » Sur ce point, Méca Chainey est malheureusement bel et bien une entreprise comme une autre…

« Il faut toujours évoluer »

EN SAVOIR +

MECA CHAINEY
ZI du Bec à vent
21400 Châtillon-sur-Seine
03 80 81 82 71





Logomotion

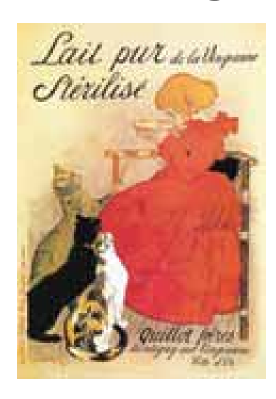
L'Internet pensé pour les décideurs



Véritable WebAgency dès son ouverture en 1999, l'entreprise (03 80 60 52 90 – www.logomotion.fr) s'est spécialisée par le déploiement d'intranet, la création de sites Internet, le développement d'applications web, l'hébergement, le référencement naturel et la mise en ligne de livres interactifs. Principaux points forts de la société : la traçabilité de toutes ses interventions, la mise en œuvre d'applications dédiées qu'elle a elle-même développées et dont elle dispose sans faire appel à la sous-traitance, une politique d'intégration et d'innovation technologique soutenue par OSEO. Nouvelle application à son actif, NETissima TPE, le WEB 2 en 1, permettant de publier simultanément sur un site web et par newsletter des informations - textes/images/pages, et dont la mise à jour peut être réalisée sans aucune technique apparente, très adaptée aux attentes et usages des TPE.

Editions Clouet

L'amour du passé remis au goût du jour



Dès sa création en 1986 par Alain Clouet, l'entreprise (03 80 95 33 00 – www. editions-clouet.com) s'est d'abord spécialisée dans la reproduction de vieilles affiches avant d'étendre le champ de ses activités à la reproduction de cartes postales anciennes et à la fabrication d'objets en métal évoquant le siècle passé. La société fabrique dans ses ateliers à Is-sur-Tille, tables, thermomètres, accroche-tout, porte-serviettes, plaques, magnets et autres produits en émail qui connaissent un réel succès auprès de la clientèle. Prochainement au catalogue des produits pour la décoration pour la cuisine. Les éditions Clouet vendent leur production uniquement aux commerçants revendeurs. Une partie de ses produits est en vente au magasin Mémoire d'un mur, (www.memoiredunmur.com) place Notre-Dame à Dijon.

POMONA PassionFroid Bourgogne Franche-Comté

Produits régionaux et filières courtes en première ligne



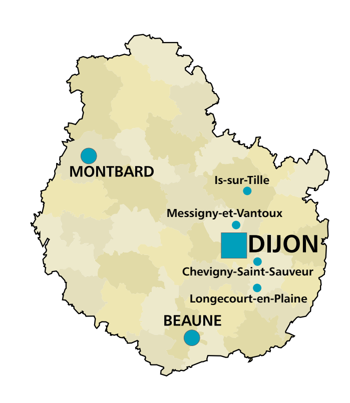
La société, (03 80 48 58 68 – www.pomonapassionfroid.fr) succursale du groupe Pomona, est spécialisée dans la distribution de produits alimentaires frais, carnés et surgelés destinés à la restauration hors domicile (sociale et commerciale). Sa large gamme intègre plus de 200 références produites régionalement. Seule entreprise locale de distribution alimentaire à en bénéficier, Pomona PassionFroid Bourgogne Franche-Comté affiche avec fierté trois certifications qui illustrent son dynamisme sur son secteur d'activité : Qualité (ISO9001 de la sélection des fournisseurs jusqu'à la livraison des produits chez ses clients), Sécurité-Santé (OHSAS18001), Environnement (ISO14001) permettant d'assurer à ses clients une prise en compte permanente de ces principes dans ses process et un cycle vertueux d'amélioration continue lié à ces certifications.

FR CONSEIL

Relais informatique



Accompagner des structures n'ayant pas la taille suffisante pour mettre en place un service ou même simplement un responsable informatique en interne. Telle est la mission que s'est fixée FR Conseils (06 60 77 82 22 – f.rabiet@fr-conseil.com) depuis sa création fin 2009. Frédéric Rabiet propose à ses clients d'être le relais entre collaborateurs et prestataires informatiques, afin d'offrir la meilleure adaptation de leurs outils informatiques à leur contexte professionnel et réglementaire. Une expertise qui trouve également toute sa place en sous-traitance pour des sociétés informatiques, pour la réalisation d'études, l'intégration de systèmes, le suivi de développements spécifiques, la formation ou l'assistance. Le Domaine Faiveley a ainsi confié à FR Conseil la gestion du projet de remplacement de son système d'information et l'intégration de son ERP.



// Restaurants et salles de séminaires

















DOSSIER

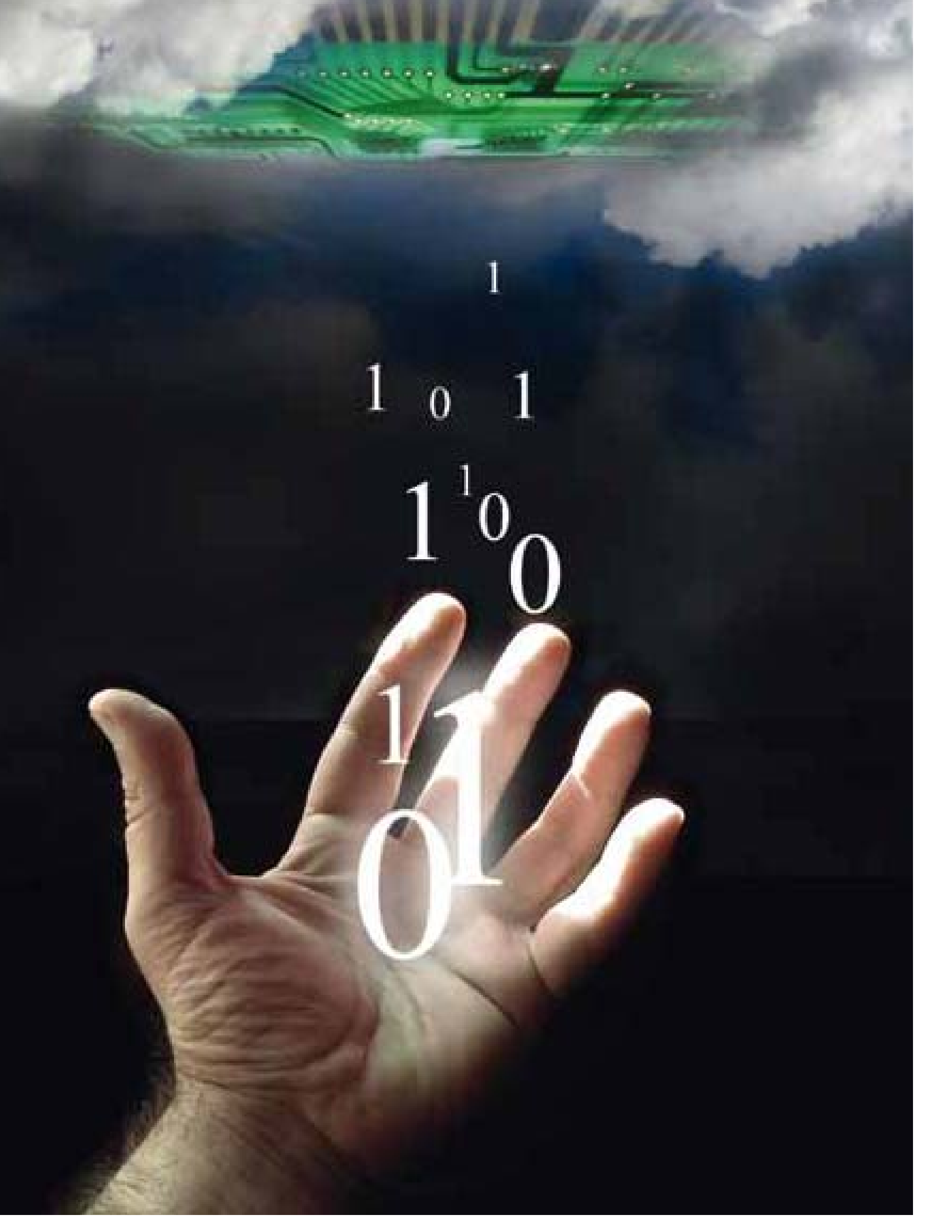
2010–2015 :
les défis du chef d'entreprise



Relever sans cesse de nouveaux défis. Telle est l'injonction faite à l'entreprise qui doit agir sur tous les fronts. Ce dossier met à plat les grandes questions du moment pour les dédramatiser et pour donner à chacun l'envie de se les approprier, grâce aux témoignages d'entreprises.

Innover pour ne pas mourir

Hors l'innovation, point de salut, semble dire la société. Et, souvent, les organismes d'appui au développement des entreprises s'en font largement l'écho. Ils mettent, par là même, une insoutenable pression à tout un tissu d'entreprises, TPE ou PME, qui se sentent dépassées par un discours réservé aux grandes entreprises. Daniel Meyer, conseiller innovation à la CCI Dijon, explique : «L'innovation a longtemps été perçue comme une quête inaccessible réservée aux génies. Mais ce positionnement est aujourd'hui dépassé. L'innovation doit être vue comme une attitude où, chacun à son niveau, utilise sa créativité pour aller de l'avant. Bien sûr, il ne suffit pas de décréter que l'on va innover pour innover, mais il existe une multitude d'outils qui vont permettre d'aller vers l'innovation : l'information pour accéder à ce qui se fait chez les concurrents ou de mieux apprécier les attentes de la clientèle, la mutualisation à travers des clubs d'entreprise pour échanger sur des pratiques intéressantes, la formation pour avancer dans le développement de nouvelles techniques…» Illustration avec STI Genlis, entreprise que Didier Contrepois a reprise il y a six ans. Cette PME ne comptait alors qu'un seul client, un équipementier automobile, à qui elle fournissait une prestation d'assemblage industriel mécanique traditionnel. Alors que son secteur d'activité était menacé par les délocalisations à la chaîne, l'entreprise a abordé l'innovation comme «une question de survie», selon les termes du gérant de STI. Son projet s'est d'abord porté sur la formation de son personnel, opéré avec le soutien du Conseil régional de Bourgogne et de l'UIMM. «Pour moi, l'innovation a d'abord été sociale, avec l'apprentissage d'un nouveau métier», résume le dirigeant, précisant que son entreprise a pris un tournant, avec l'assemblage de platines électriques par des opératrices qui ne connaissaient rien à l'électricité, au départ. «Puis l'innovation a touché au process et, enfin, aux relations clients», ajoute-t-il. Alors que l'automobile cherche à réduire le nombre de ses fournisseurs, STI Genlis a ainsi cherché à développer une offre globale, par la maîtrise en amont du travail de la tôle et de la production des composants électroniques, que l'entreprise se contentait jusque là d'assembler. «La seule solution a été de travailler avec des entreprises complémentaires, dans le cadre d'une entreprise, Synerpôle. Nous sommes quatre associés, issus de domaines d'activité différents, à avoir créé cette structure, explique Didier Contrepois. Ensemble, nous représentons 300 salariés, avec une valeur ajoutée significative. Synerpôle est une SAS, qui porte les contrats et passe ensuite commande aux différentes entreprises qui ont choisi de travailler ensemble.» Cet exemple démontre que «l'innovation est avant tout une remise en question du point de vue que l'on peut avoir sur son métier», relève Sophie Reboud, directrice de la recherche à l'ESC Dijon Bourgogne. Laquelle précise : «Lorsque nous interrogeons, dans le cadre de nos études, les entreprises, nous ne parlons plus innovation car c'est source de méprise. La plupart pensent qu'une innovation est forcément une innovation technologique ou une innovation produit. Nous parlons plutôt d'adaptation de l'entreprise aux conditions du marché. L'innovation, ainsi considérée, paraît déjà plus accessible!»



Adopter la green attitude



Tout le monde a vu ces images où de jeunes enfants courent dans une herbe nourrie aux nitrates et aux phosphates, ou qui lèvent les yeux vers un ciel bleu immaculé mais à teneur élevée en dioxyde de carbone… Elles viennent appuyer les campagnes publicitaires de nombre d'entreprises qui, parce qu'elles ont pris une bonne résolution, se déclarent «investies» dans l'environnement. Ce marketing vert, qui se nomme *greenwashing*, agace le moindre chef d'entreprise aux convictions établies. Pourtant, pas de jugement hâtif, préconise Philippe Burtin, conseiller environnement auprès des entreprises (CCI Dijon). D'abord «parce que le *green business* peut représenter une vraie opportunité d'affaires. Ensuite parce que, même si une entreprise n'a pas de produit à proposer sur ce créneau, elle est soumise aux attentes de plus en plus fortes des collectivités, voire des clients.» L'opportunité de développer son activité, Élithis l'a saisie, en devenant «la» référence en matière de bâtiment basse consommation. Pourtant, Thierry Bièvre, son dirigeant, est mesuré dans ses propos, relevant les travers du marché, qui pousse à produire des matériaux de construction en Chine, pour les importer en France, où ils seront étiquetés «bons pour la planète». «On prend aujourd'hui le risque de vouloir industrialiser l'économie verte, dit-il, alors qu'elle a un sens. Elle nécessite avant tout de remettre en question notre mode de vie, pour aller chercher la sobriété, et d'innover pour développer des solutions locales.» Un point de vue qui lui fait dire que «dans tous les secteurs d'activité, on peut faire de l'économie verte, en réfléchissant aux solutions les moins impactantes».

Maîtriser sa e-réputation



Il faut maîtriser sa e-réputation. Voilà un autre refrain qui circule dans le monde de l'entreprise. Une société discrète, qui fait bien son travail, n'a rien à craindre, parce qu'elle n'a pas grand chose à se reprocher pense-t-on souvent… Ce n'est pas si sûr ! Qui n'a jamais cherché sur la toile des informations avant d'opérer un achat ? Qui n'a jamais recherché l'avis des utilisateurs avant de faire son choix ? Réalisé en 2008, un sondage Sofres montre que près de 70 % des internautes ont recherché au moins une fois par mois l'avis des « consommateurs ». Les sites institutionnels des commerçants, des entreprises ou des marques, avec leur message « corporate » ne suffisent plus à satisfaire leur esprit critique. Le phénomène impacte jusqu'au recrutement, avec des sites comme Viadeo, où les internautes demandent à leur cercle de connaissances ce qu'il pense de telle entreprise chez qui ils s'apprêtent à passer un entretien d'embauche. « La e-réputation n'a rien de virtuel, avance Grégory Maubon, animateur de l'e-communauté Dijon sur Bourgogne Ecobiz (CCI). Même une petite entreprise qui n'a pas de vitrine sur internet, qu'elle le veuille ou non, est présente sur la toile. Il serait dangereux de ne pas s'en préoccuper. L'exemple de Viadeo montre que cela impacte jusqu'à ses ressources humaines. »
Une position qui rejoint celle de Mathieu Haratyk, gérant de la société Eduens qui rappelle une vérité simple : « Ce sont majoritairement les clients déçus qui vont sur internet, pour se plaindre de n'avoir pas réussi à joindre la plateforme de dépannage… » Prenons l'exemple du restaurant de quartier : « Un client déçu a différents moyens d'exprimer sa déception, souligne Guillaume Sagnes, conseil en community management. Mais, le plus souvent, il ira sur les forums sur Internet. Or, lorsque les clients taperont ensuite le nom dudit restaurant, arriveront en premier les commentaires désobligeants. » Alors, que faire… sans sombrer dans la paranoïa ? Il existe aujourd'hui des outils qui permettent d'alerter l'entreprise dès que l'on parle d'elle, ou de sa marque, sur la toile. Le but : qu'elle en soit la première avertie, pour être plus réactive, en cas de problème qui pourrait la discréditer. Car le problème, aujourd'hui, « c'est que les entreprises, ou même les hommes politiques, s'aperçoivent souvent trop tard des dégâts causés par ce bouche à oreille qui s'organise sur le net », note Mathieu Haratyk. Son métier, c'est précisément de procéder, après-coup, au « nettoyage », en saisissant la justice dans les cas les plus graves, en travaillant sur les algorithmes dans les cas les plus classiques, pour tout simplement faire remonter les « bons résultats » sur les premières pages des moteurs de recherche et pour refouler plus loin les résultats négatifs. Au-delà de cette attitude défensive, certains préconisent d'aller plus loin, pour construire positivement sa e-réputation. Gérer soi-même sa e-réputation, pour avoir l'esprit plus tranquille ? Il existe, là encore, des sociétés dont c'est le métier.

Rendre ses collaborateurs heureux

ZOOM

Une i-conférence pour en savoir plus : mardi 16 novembre 2010



Ce dossier vous a intéressé ? Ces quatre thèmes seront approfondis lors d'un débat intéractif, ou i-conférence, qu'organisent cette année les CCI de Côte-d'Or, en attendant le prochain salon Entreprissimo, l'événement en 2011. Le principe : 600 chefs d'entreprise, sélectionnés de telle sorte que tous les secteurs d'activité soient représentés, se retrouveront, le 16 novembre, au Palais des Congrès de Dijon. Face à eux, des « experts », chefs d'entreprise, enseignants-chercheurs ou théoriciens, débattront des thèmes de la soirée. Originalité de la rencontre : les 600 invités seront munis d'un boîtier pour répondre aux questions que les animateurs de la soirée, les journalistes Paul Amar et Emmanuelle Dancourt, leur poseront. Les résultats seront commentés en direct.

Défi N° 1 : Innovez pour ne pas mourir !
Avec Didier Contrepois, gérant de STI Genlis, Philippe Crevoisier, directeur général de l'activité culinaire électrique chez Seb, Sophie Reboud, directrice de la recherche à l'ESC Dijon Bourgogne.

Défi N° 2 : Soyez opportuniste, adoptez la green attitude !
Avec Thierry Bièvre, directeur général d'Élithis, Didier Chateau, directeur régional de l'Ademe en Bourgogne, Jérôme Lacaille, membre du directoire de la Caisse d'épargne Bourgogne Franche-Comté, François Vassard, directeur général des transports Régis-Martelet.

Défi N° 3 : Maîtrisez votre e-réputation !
Avec Mathieu Haratyk, gérant de la société Eduens, Pascale Lambert, directrice de Côte-d'Or Tourisme et Emmanuel Mignot, Pdg de Teletech International.

Défi N° 4 : Rendez vos collaborateurs heureux !
Avec Philippe Cuny, directeur du site dijonnais d'Essilor, Patrick Mayen, enseignant-chercheur à AgroSup et Virginie Petitcuenot, responsable des ressources humaines chez Leroy-Merlin Quétigny.

En savoir plus :
www.entreprissimo-laiconference.fr
Émilie Billot – 03 80 65 92 36 – e.billot@dijon.cci.fr

Le management brutal conduit dans certaines entreprises a fini par créer une espèce de suspicion qui n'épargne pas même les PME. Comme un retour de bâton, la société semble sommer les dirigeants d'entreprise de faire un effort, pour améliorer la condition de ses salariés. Mais tout le monde n'est pas PSA qui, à Saint-Ouen, a aménagé 700 mètres carrés avec squash et piscine… Certes, mais ce n'est peut-être pas ce que demande la société. Il y a sans aucun doute, à ce sujet, un immense malentendu, qui repose tout simplement sur une approche culturelle, particulière en France, du travail. Selon l'enquête Ipsos, les Anglais avancent le mot « routine » à 40 % lorsqu'il leur est demandé de qualifier leur travail. Les Français, eux, préfèrent citer « l'accomplissement » et « la fierté ». « La valeur travail a changé, confirme Valérie Petitcuenot, responsable des ressources humaines, chez Leroy-Merlin Quétigny. Les salariés considèrent qu'ils gagnent leur vie par le travail mais ils y mettent de plus en plus d'autres choses, comme de l'émotionnel, qu'ils n'y mettaient pas avant. » Conséquence : « Si l'on considère le travail comme une construction de son identité, toute organisation qui n'y participe pas crée des souffrances, nécessairement », relève Corinne Nourry du cabinet de RH Caryatis. Ceci posé, l'enjeu, c'est d'innover, pour mobiliser l'intelligence et la créativité des collaborateurs, tout en supprimant, souligne Philippe Cuny, directeur d'Essilor, à Dijon, « les contraintes inutiles qui les usent ». Il existe pour cela des méthodes simples, qui passent par exemple par la construction d'une ambition à long terme, construite collectivement.

// Passion d'entrepreneur **JEAN-LUC NÉAULT**

Une vie est faite de cycles



Devenu chef d'entreprise peu avant ses 50 ans, en reprenant les Cycles Derepas en 2008, Jean-Luc Néault a immédiatement fait parler sa responsabilité sociale. Ce marchand de cycles a, en effet, eu l'idée de colle cter des vélos d'occasion, de les réparer et de les expédier au Maroc pour aider des enfants à se rendre à l'école.

BIO express

1961
naissance à Saulieu

1980
Commercial en matériel agricole chez John Deere

1990
Responsable commercial régional à SODICAM (filiale RENAULT)

2008
reprend les cycles Derepas

EN SAVOIR +

SONECEM
ZA
7 rue de l'Aqueduc Darcy
21121 Ahuy
03 80 57 66 66
www.cycle-scooter-derepas.com

Entreprissimo le mag **Vous êtes un chef d'entreprise à la vocation tardive puisque vous avez repris la SONECEM à l'âge de 47 ans. Qu'est-ce qui vous a décidé ?**

Jean-Luc Néault : Je voulais enfin voler de mes propres ailes. Mais si je me suis lancé, c'est surtout parce qu'il s'agit d'un projet familial conçu avec mon fils qui, en ce qui le concerne, va s'occuper plus précisément de la partie motorisée du magasin. Personnellement, j'ai toujours aimé le vélo parce qu'il s'agit d'un produit «sympa» en tant que tel, mais aussi parce qu'il concerne un public dont je me sens proche, très varié, du sportif mordu au citadin qui prendra plaisir à allier effort physique, effort écologique et vie pratique.

Entreprissimo le mag **Vous reprenez l'entreprise en 2008. L'idée de collecter des vélos pour les transmettre à des écoles marocaines vous vient aussitôt ?**

J.-L. N. : Tout est né avec le Rallye des Gazelles. Une épreuve de 4 x 4 à but humanitaire qui se déroule au Maroc. En 2008, les organisateurs de cette compétition vendaient des calendriers afin de pouvoir acheter des vélos pour les envoyer au Maroc. Un pays où il n'est pas rare que les gamins fassent dix à quinze kilomètres à pied pour aller à l'école… Connaissant cette initiative et voyant des clients qui, tous les jours, se débarrassaient de leurs vélos, j'ai eu l'idée de les collecter, de leur donner une seconde vie plutôt que de les envoyer chez le ferrailleur.

Entreprissimo le mag **Dans les faits, que donne cette collecte ?**

J.-L. N. : Je récupère régulièrement des vélos en tous genres. Depuis trois à quatre mois, je dois en avoir collecté à peu près quarante. En faisant un peu de publicité autour de moi, je n'aurai aucun mal à aller plus loin. De ce côté-là, il n'y a aucun souci. En revanche, mon projet est suspendu à ma rencontre avec le Consul du Maroc avec lequel nous devons encore régler les détails de l'opération et nous assurer du bon déroulement de cette aide humanitaire. Les vélos doivent arrivés là où il y a un réel besoin.

Entreprissimo le mag **Avez-vous une expérience de l'humanitaire ?**

J.-L. N. : Non, pas du tout ! À 50 ans, c'est une première. Il n'y a pas d'âge.

Entreprissimo le mag **Rétrospectivement, six mois après l'avènement de cette idée lumineuse, quelle place a-t-elle prise dans votre vie professionnelle ?**

J.-L. N. : Chaque jour qui passe elle prend un peu plus de volume. C'est normal puisque ce n'est que le début. Mais je ne m'en plains pas. Beaucoup de mes clients sont prêts à adhérer au principe. Pourvu que cela fonctionne. Je serais, en effet, très heureux de rendre service à ces enfants qui ont de vrais besoins.

Entrez dans l'ère du «m-commerce»



Il circule en France environ 13 millions d'internautes qui se connectent depuis leur mobile, et on estime qu'il y en aura 18 à 20 millions en 2014. Or près de la moitié de ces «mobinautes» a déjà utilisé son mobile pour rechercher de l'info dans un but d'achat.

Après le e-commerce, dont le chiffre d'affaires global a été multiplié par 35 entre 2000 et 2009, selon le secrétariat d'État chargé du Commerce, voici le temps du commerce en ligne via les téléphones mobiles. Mais le «m-commerce» n'est pas simplement du e-commerce avec un *m*. C'est au contraire un nouvel outil de service au carrefour de l'achat direct, de la relation client et du comparateur. «Par exemple, précise Grégory Maubon, responsable de l'Espace numérique professionnel (ENP) de la CCI Dijon, je suis devant un magasin fermé, je scanne un code-barres à une ou deux dimensions qui m'amène sur le site web du magasin, j'achète en ligne l'article qui m'intéresse et je viendrai retirer ma commande plus tard». Il existe aussi des technologies, encore peu développées, qui, d'après le code-barres d'un article scanné par le mobile, listeront tous les prix des produits identiques vendus à proximité ou en ligne. Et le «géomarketing»? «Si vous voulez vendre sur le mobile, vous ferez forcément du géomarketing, répond Grégory Maubon, puisque vous ciblez des clients en sachant où ils se trouvent. Il devient possible alors de leur proposer le bon produit au bon moment. Mais il ne faut pas négliger le côté «social» : avec mon mobile, je suis connecté en permanence à mes «amis» en ligne et avant d'acheter je vais demander leur avis. Une stratégie *mobile* n'est pas complète sans une stratégie *sociale*».

Deux conditions étaient nécessaires au développement d'internet sur les téléphones mobiles : un nombre de smartphones en circulation suffisamment important, et l'infrastructure de connexion couvrant une grande partie du territoire. Ces préalables sont désormais réunis et avec l'augmentation attendue des débits mobiles et l'arrivée prochaine d'un nouvel opérateur (Groupe Iliad), voici un faisceau de circonstances qui «délivre un message limpide à tous ceux qui veulent avoir une présence claire et lisible sur internet, annonce Grégory Maubon. La prochaine étape du commerce en ligne se profile déjà avec la réalité augmentée et le *v-commerce* (virtual commerce)… »

EN SAVOIR +

CCI Dijon
Grégory Maubon
03 80 65 91 32

FEVAD (Fédération des entreprises de vente à distance)
www.fevad.com

Achat Côte-d'Or
www.achat-cote-d-or.com

ZOOM

AchatVille bientôt sur vos mobiles

Achat Côte-d'Or, c'est un portail où 190 commerçants du département proposent un site vitrine, voire, pour 40 d'entre eux, un site d'achat en ligne. Environ 70000 visiteurs uniques y naviguent chaque mois pour un total de plus de 1000 ventes par an. Et Achat Côte-d'Or s'apprête à passer au «m-commerce» au plus tard en 2011. Ce qui implique dès à présent une nouvelle façon de penser les contenus : un site créé pour un écran d'ordinateur doit être adapté pour l'écran d'un smartphone, beaucoup plus petit. Il faut donc changer l'ergonomie, changer le contenu pour qu'il soit immédiatement lisible sur l'écran du téléphone, et adapter son «poids» au type de connexion d'un mobile (en 3G et en situation de mobilité, on n'a pas tout à fait la même bande passante qu'avec une connexion sur ligne ADSL). À suivre… sur vos mobiles.



Trans'Mission

céder ▪ reprendre ▪ réussir

Pour céder ou reprendre une affaire, les outils de la CCI Dijon sont gages de succès

Lettre d'information Trans'Mission N°4 - Novembre/Décembre 2010

Témoignage d'entreprise



Mr DUFOUR exploite le garage DUFOUR depuis 1979.
Initialement cette entreprise était dédiée à l'entretien automobile avec, dans l'ordre chronologique, les marques SIMCA, TALBOT, PEUGEOT puis FORD.
Dès 1998 Mr DUFOUR s'est intéressé aux utilitaires de type QUAD prisés par les agriculteurs pour leurs travaux. L'évolution de ce marché l'a amené à proposer ses services aux particuliers et aux collectivités.
En 2007, pour l'essor de son entreprise, Mr DUFOUR a procédé à 2 choix stratégiques. A l'origine installé à Massingy les Vitteaux, un déménagement à Vitteaux a permis d'améliorer sa visibilité commerciale et la création d'un site Internet avec Achat cote d'Or a ouvert de nouveaux horizons commerciaux.
Aujourd'hui, Mr DUFOUR est spécialiste du QUAD et en 2010 a reçu la récompense de meilleur vendeur de la marque Artic Cat.
A 58 ans, Mr DUFOUR réfléchit à la transmission de son affaire.
En effet, en 2006, dans le cadre d'une série d'ateliers organisées sur le thème de la transmission par la CCI Dijon, Mr DUFOUR a pris conscience qu'il fallait anticiper pour réaliser une bonne cession de son affaire.
Après avoir pris plusieurs contacts pour divers conseils, Mr DUFOUR a recensé les différents outils nécessaires à une bonne transmission. Parmi ceux-ci, TRANSCOMMERCE a sa place car l'accompagnement de la CCI Dijon a toujours été utile et bénéfique pour son entreprise.
Même si la décision de vente n'est pas d'actualité, Mr DUFOUR, par son anticipation, gère sereinement son entreprise au quotidien et envisage son avenir avec plus de tranquillité.

Le regard de l'expert

Pour ne pas proposer un club repreneurs comme les autres, la CCI Dijon a donc souhaité rattacher le club Repreneurs à un réseau international tourné vers l'entrepreneuriat. Il s'agit du réseau «Entrepreneur Commons» qui a déjà été présenté le 16 juin dernier à la CCI. «Entrepreneur Commons est un mouvement international qui, s'il a été initié aux USA, se développe à travers le monde, précise Grégoire JAPIOT, consultant des Militants & Associés qui fait connaitre le réseau. Il milite pour l'échange entre entrepreneurs, ceux qui peuvent les soutenir et s'appuie sur les TIC pour les rendre visible»
La CCI Dijon proposera ainsi une nouvelle forme de club très ouvert, perméable à des visions et des approches différentes de l'entrepreneuriat. «Ce qui compte aussi, c'est l'état d'esprit, rajoute Grégoire JAPIOT, la culture de l'échange n'est pas toujours naturelle en France. Pourtant, c'est en échangeant que l'on peut trouver des partenaires ou des supports». L'objectif est de relier l'initiative locale à d'autres groupes d'échanges à travers le monde par l'intermédiaire d'un réseau certes en construction mais animé par des professionnels du «community management». Le réseau a l'habitude d'organiser des rencontres de manière à laisser toute la place aux discussions informelles.
A découvrir sur :
www.entrepreneurscommons.org



Agenda

Janvier/février 2011 : Début du parcours de formation Ecole des Managers pour les repreneurs familiaux ou salariés. Pour accélérer le passage de relais et mettre toutes les chances du côté de votre repreneur, ce parcours est totalement adapté aux différentes situations de transmission « en interne ». Préparer d'ores et déjà votre rentrée avec ce parcours qui a fait ses preuves sur la France entière et qui donne accès à un diplôme. Quoi de plus rassurant pour un cédant que de savoir que son repreneur a validé sa vision d'avenir avec des experts !
Renseignements auprès de :

Philippe BUGEAU - 03 80 65 92 74
p.bugeau@dijon.cci.fr

Zoom sur



Club des Repreneurs Trans'Mission : restons open !

La CCI Dijon a proposé régulièrement des soirées de sensibilisation pour les repreneurs mais il manquait un lieu d'échanges pour tous ceux qui ont un projet de reprise d'activité. C'est pourquoi le dispositif Trans'Mission de la CCI Dijon propose en fin d'année un nouveau club des repreneurs.
« C'est une formule innovante que nous souhaitons proposer à tous ceux qui sont dans des démarches actives de reprise », indique Philippe Bugeau.
La CCI proposera des animations ainsi que d'autres partenaires mais l'objectif est d'avoir un fonctionnement autonome des membres. Le Club doit être un lieu d'échanges parfois informels à l'image des bar camps qu'affectionnent certains réseaux sociaux.
Il est intéressant de pouvoir mélanger des sujets de fond avec des intervenants experts et de vrais moments de discussion où émergent de nouvelles priorités et de nouvelles pratiques. D'ailleurs, nous souhaitons raccrocher ce club à un réseau émergent international, les porteurs de projet ont aussi besoin de cette ouverture.

Rendez-vous le 24 novembre pour tout découvrir lors de notre soirée de présentation du Club Repreneurs

Contact

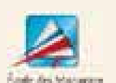
Philippe Bugeau
03 80 65 92 74
p.bugeau@dijon.cci.fr












Le Sens de l'Action
Chambre de Commerce et d'Industrie
CCI DIJON

L'effet TGV

Dès 2011, la Ligne à Grande Vitesse Rhin-Rhône placera les grandes villes de l'Est à une poignée de minutes de Dijon. Un formidable coup de pouce à l'activité des entreprises, qu'il faut anticiper.



©RFF / RECOURA Christophe

Porte grande ouverte sur l'Est de la France et sur l'Europe centrale, la LGV dessine de nouveaux horizons pour les Côte-d'Oriens.

C'est le 11 décembre 2011 que la branche Est de la Ligne à Grande Vitesse Rhin-Rhône sera opérationnelle, reliant Dijon à Mulhouse en 1 h 05 – contre 2 h 53 actuellement, au mieux… Porte grande ouverte sur l'Est de la France et sur l'Europe centrale, la LGV dessine de nouveaux horizons pour les Côte-d'Oriens qui, jusque-là, se tournaient plus volontiers vers Paris et Lyon. Il s'agit d'un événement majeur pour le dynamisme économique de cet «axe Rhin-Rhône» dont on parle depuis des années : l'ouverture de la LGV sera en effet le premier élément tangible de la construction de cet axe où les villes de Dijon, Besançon, Belfort, Mulhouse et Bâle ont décidé de s'associer en une grande métropole. À l'échelle européenne, Dijon se trouvera ainsi au carrefour des axes Lyon-Strasbourg et Paris-Bâle.

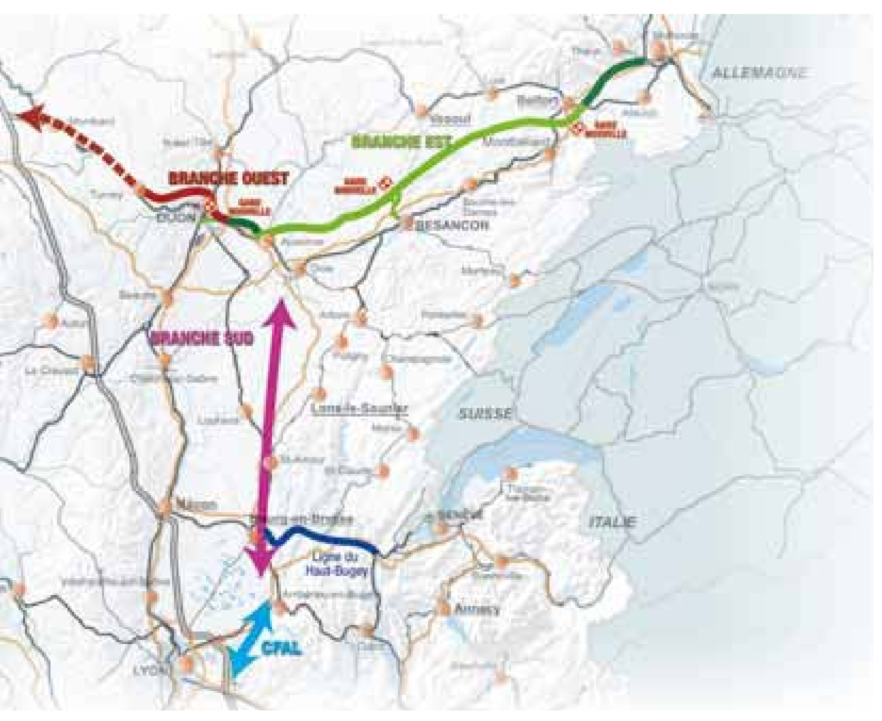
Une plus grande attractivité

«Du point de vue de Dijon et de la Côte-d'Or, l'enjeu est de s'appuyer sur cette nouvelle ligne de transport pour développer plus de relations avec les agglomérations nouvellement desservies, annonce Philippe Moritz, responsable communication de la Direction du TGV Rhin-Rhône. On fera très facilement l'aller-retour vers ces villes dans la journée, voire dans la demi-journée. Mulhouse et Bâle seront plus près que Lyon et Paris !» Simultanément, la LGV permet à Dijon et sa région de peaufiner leur attractivité. Ce sera vrai pour l'enseignement supérieur, la santé, l'emploi, et bien sûr les entreprises. «Nous espérons que ce TGV Rhin-Rhône créera un nouvel espace de proximité et d'échanges», poursuit Philippe Moritz, qui ajoute cependant que «le

ZOOM

Temps de parcours

De Dijon à…	Temps de parcours actuels	Temps de parcours annoncés
Besançon	0 h 50	0 h 34
Mulhouse	2 h 45	1 h 10
Strasbourg	3 h 40	2 h 10
Zurich	4 h 10	2 h 30



Le projet LGV Rhin-Rhône comprend trois branches (Est, Ouest et Sud)

développement économique vers l'Est dépendra de la façon dont les entreprises s'approprieront (ou pas) la ligne». C'est pourquoi la SNCF a souhaité sensibiliser les professionnels aux perspectives qui se profilent : pour les entreprises, c'est l'occasion d'anticiper sur de nouveaux marchés ou de nouveaux partenariats, et pour la SNCF c'est une façon de préparer la réussite commerciale de son nouveau produit. «Faire rouler des TGV a un coût et le taux de remplissage des trains est devenu un critère important pour assurer la pérennité de l'offre.» D'autant plus que la SNCF sera prochainement en concurrence avec d'autres opérateurs qui préparent leur entrée sur le réseau français.

Dans cette logique d'intérêts partagés, la SNCF a lancé un «club TGV» avec déclinaisons régionales (Bourgogne, Franche-Comté, Alsace), comme elle l'avait fait lors de la construction de la LGV Est vers Strasbourg, pour que l'ensemble des décideurs territoriaux (collectivités, entreprises, institutions, universités, associations…) se préparent aux changements induits. «Sensibiliser c'est important, reconnaît Vincent Martin, dirigeant de l'entreprise de travaux publics Roger Martin et président du cercle Dijon Bourgogne Côte-d'Or (DBCO) de ce club TGV. Pour un chef d'entreprise qui est déjà très occupé, il est difficile de se projeter, seul, dans l'idée de l'arrivée du TGV qui aura lieu deux ou trois ans après. Au sein d'un groupe de travail c'est plus facile, ça permet de confronter les idées, de construire. Il faut que les gens anticipent leurs déplacements, leurs marchés, le développement de leur entreprise.»

Communiquer est important

Deux groupes de travail constituent «les cellules grises» de ce cercle bourguignon qui réunit plus d'une centaine de décideurs, dont une dizaine de membres actifs. Le premier groupe, piloté par Michel Bernard, PDG d'Isa Intersport, s'occupe du développement économique. «Nous travaillons par benchmarking, commente Michel Bernard, par comparaison avec Strasbourg et le TGV Est, et avec Avignon et sa nouvelle gare TGV Méditerranée. On s'aperçoit qu'une LGV facilite l'implantation ou le maintien de bureaux ou de sièges sociaux.» Le second groupe, sous la houlette de Thierry Roussel, directeur du Novotel Dijon sud, est consacré au marketing territorial, c'est-à-dire au développement de l'offre touristique. « Nous suivons différents axes de travail, indique Thierry Roussel : la façon de mettre en avant et de distribuer des offres touristiques ; organiser un éductour ; envoyer une délégation à Strasbourg pour observer les bonnes pratiques et les bonnes idées…» Au centre de ces travaux : les courts et moyens séjours (affaires et loisirs), et la communication. Par exemple, un *Guide du routard* spécifique sera publié en septembre 2011 en prévision de l'ouverture de la ligne, à l'instar de ce qui avait été fait pour Strasbourg.

Outre les réunions de groupes, le club propose deux à trois réunions plénières par an pour communiquer le plus largement possible auprès des entreprises et de tous les acteurs économiques de la région. «Grâce à cette anticipation, reprend Vincent Martin, on habitue les gens à se rencontrer d'une région à l'autre, à découvrir les richesses des autres et les complémentarités envisageables. Ce sont les enjeux de demain pour le plan de développement de toutes nos entreprises.»

ZOOM

Quid des tarifs ?

La billetterie des TGV Rhin-Rhône sera ouverte à partir de septembre 2011, mais les tarifs seront annoncés dès le printemps 2011. «En comparaison avec les offres TER existantes vers Besançon ou Belfort, ce sera forcément plus cher en TGV, prévient Philippe Moritz : quand on va plus vite et qu'on bénéficie de plus de confort, ça a un coût… Il n'y aura donc pas concurrence avec les TER qui resteront plutôt des liaisons pour la vie quotidienne et pour les travailleurs pendulaires, tandis que le TGV sera plutôt destiné aux déplacements d'une clientèle d'affaires en semaine, et d'une clientèle loisirs le week-end.»

EN SAVOIR +

Le club
www.clubtgvrhinrhone.eu/

La Ligne à Grande Vitesse Rhin-Rhône
www.lgvrhinrhone.com/

TGV Rhin-Rhône
www.tgvrhinrhone.sncf.com

Le dossier de la CCI sur la LGV
http://www.dijon.cci.fr/fr/infos-economiques/grands-projets/tgv-rhin-rhone

CCI entreprises et emploi

Cellule de reclassement inter-entreprises
de Côte-d'Or et de Saône-et-Loire

Reclassement des salarié(e)s licenciés pour motif économique

EMPLOYEURS / SALARIÉS (CDD, CDI, INTERIM), NOUS POUVONS VOUS AIDER

Contact CCI :
Joëlle Vasseur - 06 13 97 12 08
Céline Perrier - 03 80 22 09 24








La cellule de reclassement inter-entreprises est initiée et financée par l'État et la Région Bourgogne avec le soutien du FSE.







Beaune a accueilli son premier «Vinocamp»

Après Paris en juillet, le concept de «Vinocamp» a connu sa première édition à Beaune les 30 et 31 octobre. Pendant deux jours, les mondes du vin et du web ont partagé leurs connaissances dans un cadre informel.


© Aurélien Ibanez

Le «barcamp» a eu un succès fou. Aujourd'hui, il en existe plus de 1 000 sur les cinq continents. De quoi s'agit-il? D'une forme de rencontre qui, en l'espace d'une journée ou d'un week-end, convie ses participants à partager des projets et des connaissances, dans un cadre totalement informel, sur des sujets en lien avec internet. Un concept né dans la Silicon Valley dans le but de promouvoir les nouvelles technologies. Le succès du *barcamp* est tel qu'il est désormais purement et simplement décliné sur diverses thématiques. Un «ruralcamp» est né, puis ce fut le tour d'un «médiacamp»… Depuis peu, le «Vinocamp», dont le principe est de réunir les intérêts communs du monde du vin avec ceux d'internet, les a rejoints grâce à Grégoire Japiot. Un homme averti en la matière puisqu'après dix ans dans le monde vinicole, il a pris la voie du web : «Ce type de rencontre correspond à une très forte attente parce que nous sommes à l'opposé des conférences classiques. Le principe de permettre aux participants d'élaborer eux-mêmes le programme de leurs échanges, de leurs réflexions le jour même, situe la rencontre dans la spontanéité. Les gens sont actifs et non passifs.»

Une vraie réussite

Le premier *vinocamp* s'est donc déroulé à Paris, le 10 juillet dernier, en présence de personnes concernées de près par les problématiques croisées du vin et de l'internet. Plus de cinquante acteurs du vin et du web étaient présents : vignerons, blogueurs, journalistes, créateurs de start-ups… Au premier temps fort qui a vu Rick Bakas présenter «Quick Bites», le livre dans lequel cet auteur explique, en 75 points, comment maximiser sa présence sur les média sociaux, a succédé des ateliers. Chaque participant s'est présenté sous la forme de trois «tags» ou mots clés qui, une fois regroupés sur un tableau, ont permis à tous de s'inscrire là où les portait leur désir : atelier vin et peer-to-peer, atelier œnotourisme et réalité augmentée… Puis vint le temps des rencontres autour de produits divers et variés. Une vraie réussite qui, depuis, a accouché d'un second événement en Bourgogne. Les 30 et 31 octobre, la CCI Beaune, intéressée par cette démarche de sensibilisation du monde vinicole aux nouvelles technologies a accueilli, dans ses locaux, le premier *vinocamp* de Bourgogne. Pour l'occasion, le format a été adapté à la région afin d'optimiser les échanges entre les professionnels de la filière vin et les experts en nouvelles technologies. Le temps fut ainsi divisé en deux parties : petites sessions proposées par les participants et mini ateliers destinés aux néophytes ayant besoin de vulgarisation. «Chez les vignerons de Bourgogne, comme dans toute autre communauté, les nouveaux outils prendront de plus en plus de place. Mais il faut toujours des pionniers. Certaines grandes maisons se sont déjà lancées comme Bichot ou Jadot, ou encore le BIVB qui partage de plus en plus d'informations sur sa page facebook», raconte Grégoire Japiot. Depuis son passage en Bourgogne, le vinocamp est déjà prêt pour aller à la rencontre du Languedoc, de l'Alsace ou encore de la Champagne…

EN SAVOIR +

06 62 60 11 28
www.vinocamp.fr

Gregory Maubon
CCI Dijon
03 80 65 91 32
g.maubon@dijon.cci.fr

// Arrêt sur image

Comme si vous y étiez


1


2

1. Deuxième édition d'Exportissimo : Les entreprises étaient au rendez-vous. Bilan de la journée : 70 participants au Speed Export, 107 rendez-vous Experts et 10 missions identifiées en projets V.I.E.

2. Mettre en place un PDE… pourquoi pas vous ? La CCI Dijon profite de la semaine de la mobilité pour rappeler son engagement lors d'une table ronde dans l'accompagnement des entreprises dans la mise en place de plans de déplacement d'entreprise. L'occasion de faire bénéficier du retour d'expérience d'entreprises ayant déjà mis en place des actions concrètes.


3

3. BORDEAUX / TOULOUSE au départ de la nouvelle aérogare. Mercredi 1er septembre, l'Aéroport Dijon Bourgogne accueillait tous les acteurs de son développement pour une double occasion : l'inauguration de la nouvelle aérogare, et le lancement des lignes Dijon / Bordeaux et Dijon / Toulouse avec la compagnie Eastern Airways.


4

4. La 2e édition des Rendez-vous Experts Tourisme s'est tenue à la CCI Dijon le 11 octobre dernier. Retour sur un après-midi business, avec plus de 150 rendez-vous individuels entre professionnels du tourisme.
Quel avenir pour le formalisme ? Quelles sont les nouvelles dispositions juridiques ? Comment éviter les contraintes administratives liées au formalisme ? C'est pour répondre à ces questions que la CCI Dijon organisait le 21 octobre derbier, le Forum des professionnels de la formalité d'entreprise. Plus de 60 participants étaient présents.



18-19-20 MARS 2011

PALAIS DES CONGRÈS DE DIJON



EsthétiK

MÉDECINE ESTHÉTIQUE, BEAUTÉ, SPORT ET NUTRITION

DÉCOUVREZ À DIJON

Le salon grand public
dédié à la beauté sous toutes ses formes.

amt transversales - Dijon

4 VILLAGES EXPOSANTS

MÉDECINE ESTHÉTIQUE / BEAUTÉ / COSMÉTIQUE
NUTRITION / RÉGIME
ÉPANOUISSEMENT PERSONNEL
SPORT / FITNESS

3 jours de conférences abordant des thématiques inédites telles que le tourisme médical, les régimes, les soins anti-âge, les bouleversements hormonaux ou encore les compléments alimentaires. Ce salon est aussi l'occasion de faire découvrir de nombreux produits et services aux visiteurs, via un important parc d'exposants et de nombreuses animations, qu'il s'agisse de démonstrations d'appareils de sport, de cours de cuisine ou encore de conseils beauté.

Vous travaillez dans le domaine de la médecine esthétique, de la beauté, du sport ou de la nutrition et souhaitez profiter de cette opportunité pour présenter votre activité ou vendre vos produits.

Contactez-nous vite pour plus d'informations sur les espaces disponibles et les modalités de réservation :

CONTACT'S - Elisabeth PREVOST - 03 80 55 05 68 · 06 82 58 61 67
www.contacts-pub-salon.com · salonesthetik@orange.fr
www.salon-esthetik.com





















CHATEAU DE POMMARD



Vos Repas de Fin d'Année à "La Table du Château"

Offrez à vos meilleurs clients ou à vos salariés un moment inoubliable pour une fin d'année exceptionnelle.

Après la visite commentée du fleuron de la Bourgogne et une prestigieuse dégustation, invitez vos clients ou vos salariés à la table de l'un des 10 domaines les plus connus au monde.

Marquez la fin de l'année et partagez avec eux tous les bonheurs d'un moment festif hors du temps

autour de la généreuse cuisine régionale de Maria et des grands vins du Château.

Menu déjeuner, 30 €.

Réservez votre table dès aujourd'hui.

Offrez à Vos Clients ou à Vos Employés une Parenthèse Inoubliable.



Pour tout complément d'information : 03 80 22 12 59

contact@chateaudepommard.com • www.chateaudepommard.com

Château de Pommard, à 3 km de la sortie 24.1 Beaune par les autoroutes A6 et A37

N° 26 Novembre Décembre 2010

Actus CCI de Côte-d'Or

CCI BEAUNE CCI DIJON



Bourgogne-Ecobiz

Un réseau pour les chefs d'entreprises animé par les CCI de Côte-d'Or

Bourgogne-Ecobiz, plateforme internet collaborative dédiée aux acteurs économiques bourguignons, réunit aujourd'hui près de 3 500 membres répartis dans une vingtaine de communautés. Mis en place et accompagné par la CCI Dijon, ce réseau, principalement constitué d'entrepreneurs de notre territoire, ne cesse de se développer et de s'étendre en favorisant le partage des connaissances, l'échange d'informations, des rencontres professionnelles. Avec un objectif clairement affiché : faire de Bourgogne Ecobiz un outil collaboratif pour l'ensemble des acteurs économiques afin de susciter des opportunités d'affaires.

Ce réseau offre en effet l'accès à une véritable panoplie d'outils efficaces, à bien connaître pour en exploiter toutes les ressources. La preuve par l'exemple avec le témoignage d'animateurs de trois communautés dont celle dédiée au Club hôtelier Dijon Bourgogne qui vient de rejoindre Bourgogne-Ecobiz.

Des communautés actives

Communautés, transversales, thématiques et sectorielles… Autant d'occasions d'échanger sur des thèmes directement liés aux attentes et aux besoins des chefs d'entreprises

- **Vie économique locale,** espace ouvert à tous les adhérents pour rester informé sur l'actualité locale.
- **Performance industrielle,** pour les acteurs industriels.
- **École du Créateur,** pour les porteurs de projet et les jeunes dirigeants d'entreprise en Bourgogne.
- **TIC** (Technologie de l'Information et de la Communication), pour toute entreprise qui œuvre dans les nouvelles technologies ou qui en fait l'usage.
- **Tourisme,** pour les acteurs et les professionnels du tourisme.
- **Managers de l'environnement,** pour les techniciens de l'environnement en entreprise.
- **Vignes et vins,** pour les professionnels de la filière Vin.
- **Ressources Humaines,** pour les acteurs RH.
- **École du Dirigeant,** pour les managers d'entreprises.
- **Commerce international,** pour les entreprises travaillant à l'international.

…

Inscription en ligne sur www.bourgogne-ecobiz.fr

L'adhésion à une communauté se traduit très concrètement en actions

- Développez votre réseau relationnel… en consultant l'annuaire d'entreprise, remis à jour d'une manière permanente
- Profitez du retour d'expérience des experts… ils sont 70, soigneusement sélectionnés, à la disposition de la communauté à laquelle ils sont affiliés, pour répondre aux questions
- Tirez parti du réseau pour créer des coopérations… dans le cadre des nombreuses rencontres, facilitées par les animateurs des communautés
- Valorisez votre entreprise ou faites vous connaître… en publiant gratuitement, sur la plateforme internet, dans l'espace dédié à la communauté à laquelle vous êtes affilié, des informations vous concernant : articles, événements…
- Bénéficiez d'une diffusion ciblée d'informations … et recevez une lettre hebdomadaire
- Échangez avec d'autres entrepreneurs… et participez à l'une des nombreuses rencontres organisées. Plus d'une soixantaine organisée en 2009.

Des chiffres qui parlent

- 5 communautés constituées en 2006 – 20 communautés actives aujourd'hui
- 300 membres en 2006 - 3500 membres aujourd'hui
- 70 experts et contributeurs réguliers

Tous les partenaires majeurs du développement économique bourguignons sont associés

Le maillage régional bourguignon est pertinent, il a fait et continue de faire la preuve de son efficacité pour les entreprises adhérentes. Les partenaires majeurs du développement économique l'Etat, le Conseil régional de Bourgogne, le Conseil Général de la Côte-d'Or impliqués dans la démarche Bourgogne-Ecobiz, l'ont bien compris.

FOCUS SUR TROIS E-COMMUNAUTÉS DÉDIÉES SUR BOURGOGNE ECOBIZ

Club Hôtelier Dijon Bourgogne (CHDB)

Le Club Hôtelier Dijon Bourgogne, constitué en association loi 1901 depuis septembre 2009, et présidé par Isabelle Gorecki – (Hôtel Philipe le Bon – Dijon), regroupe les Hôteliers du Grand Dijon, unis par la volonté de fédérer les établissements hôteliers sur l'agglomération dijonnaise et de conduire des actions avec les partenaires touristiques. L'ouverture d'une e-communauté dédiée au CHDB sur la plateforme Bourgogne-Ecobiz, obéit à la même dynamique afin de favoriser les échanges entre hôteliers et d'améliorer la connaissance des attentes et besoins des entreprises de ce secteur. Prochains axes de travail : participation aux travaux menés sur la mise en place du tramway à Dijon, la ligne du TGV Rhin-Rhône et l'Aéroport Dijon Bourgogne.

En savoir + : Nathalie Vozinski – 03 80 65 91 40
n.vozinski@dijon.cci.fr

Vitagora-Ecobiz

Lancée en octobre 2008, la communauté offre à chaque organisme adhérent au pôle de compétitivité Vitagora un accès gratuit et sécurisé à la plate-forme Vitagora-Ecobiz. Celle-ci permet au pôle de communiquer avec eux sur les appels à projets, les événements, les dossiers de veille… Les utilisateurs communiquent également entre eux sur leurs propres actualités. De même, un espace confidentiel est créé pour chaque groupe de travail pour permettre la gestion des projets d'innovation collaboratifs montés avec l'accompagnement du pôle. La communauté Vitagora-Ecobiz réunit aujourd'hui 550 utilisateurs, issus d'entreprises et organismes en France et en Europe, et travaillant ensemble sur 123 projets labellisés. Elle facilite ces échanges en répondant à la fois à leurs exigences en matière de confidentialité et de sécurité informatique, mais aussi en contribuant à l'esprit de club du pôle Vitagora.

En savoir + : Marthe Jewell – 03 80 78 97 92
marthe.jewell@vitagora.com

Bourgogne Ecobiz TIC : l'espace des technologies de l'information et de la communication

Échanger des informations sur les usages actuels de l'informatique et de l'Internet dans la vie de l'entreprise… C'est la raison d'être de cette communauté, qui se traduit concrètement par des rencontres avec d'autres usagers confrontés aux mêmes difficultés, avec des professionnels des TIC «sur un pied d'égalité». Christophe Juvanon et Stéphanie Durville, de la CCI de Saône-et-Loire et de la CCI de l'Yonne, co-animent avec Grégory Maubon de la CCI de Côte-d'Or, cette communauté. Au niveau régional, cette démarche permet de mutualiser des ressources, multiplier les échanges en restant proche des entreprises de nos territoires respectifs.

En savoir + :

CCI Dijon : Grégory Maubon – 03 80 65 91 32
g.maubon@dijon.cci.fr

CCI de l'Yonne : Stéphanie Durville – 03 86 49 40 16
s.durville@yonne.cci.fr

CCI de Saône-et-Loire : Christophe Juvanon – 03 85 21 53 14
c.juvanon@cci71.fr

CCI formation Côte-d'Or

Conseiller en communication : 5e promotion en novembre 2010

Depuis son lancement en 2005, 90 % des personnes ayant obtenu le titre consulaire de conseiller en communication sont aujourd'hui toujours en activité, soit dans la communication, soit à un poste de responsabilité. Pour répondre aux besoins des entreprises, CCI Formation Côte-d'Or ouvre sa 5e promotion de conseiller en communication, en novembre 2010.

Les entreprises ont besoin de s'appuyer sur des collaborateurs en mesure de mener à bien des projets de communication, capables d'organiser des événements, de gérer les relations presse, mais aussi de négocier. Autant de facettes complémentaires pour un secteur en évolution constante que les stagiaires, grâce à la formation par alternance, peuvent appréhender en immersion professionnelle et au contact d'intervenants, tous en activité, spécialistes dans leur domaine de référence. Les entreprises peuvent ainsi recruter des profils capables d'évoluer dans des services de communication, en agence, en institution ou en imprimerie. Nouveauté pour cette nouvelle promotion : simulations et mises en situation en adéquation avec la structure d'accueil de chaque stagiaire.

Au programme

– Stratégies de Communication
– TIC (Flash, Illustrator, Photoshop, Indesign...)
– Découverte des métiers de l'imprimerie, événementiel, vidéo, journalisme...
– Négociation commerciale – Marketing

Déroulement pédagogique

– Rythme d'alternance moyen sur l'année de formation : 3 semaines en entreprise, 1 semaine en formation

Débouchés

– Conseiller en Communication
– Assistant Communication
– Chargé de Publicité
– Chargé de Projets de Communication

EN SAVOIR PLUS

Mélissa Meridan – 03 80 72 58 94 – melissa.meridan@escdijon.eu

TÉMOIGNAGES



CAROLE DIOLOT, TUTRICE ET RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION AU CGFL (CENTRE GEORGES FRANÇOIS LECLERC)

« Bénédicte a été d'emblée plongée dans l'action. Son arrivée coïncidait avec le tournage d'un court métrage portant sur le témoignage de patients atteints de cancer, la venue d'un chef étoilé à l'occasion de la semaine du goût, la mise en œuvre d'une nouvelle identité visuelle, le démarrage de travaux d'extension impactant la vie du Centre et de ses usagers. Dès le début, une grande partie de son temps a été consacré à la conception et mise en page de supports de communication : livrets, lettre d'information trimestrielle destinée aux salariés, refonte du guide d'accueil de nos patients, affiches, mise à jour de notre site internet. À l'issue de son stage, nous lui avons proposé un CDD, puis un CDI pour faire face à un surcroît de travail récurrent. Les connaissances que Bénédicte a acquises, notamment en PAO, répondent à un vrai besoin, qui, avant son arrivée, nécessitait un recours régulier à des prestataires extérieurs. »

BÉNÉDICTE LACROIX, EX-STAGIAIRE ET ASSISTANTE DE COMMUNICATION AU CGFL

« En arrivant au CGFL, tout s'est très vite enchaîné, notamment la conception d'outils de communication. Malgré l'activité soutenue, Carole Diolot a rempli sa fonction de tutrice avec une grande bienveillance, prenant le temps de répondre à mes nombreuses questions sur le fonctionnement du CGFL et sur la façon, dont y était mis en œuvre ce que j'apprenais en cours, sollicitant dès les premiers jours mon avis sur tel ou tel sujet. Tout au long de l'année de formation, l'alternance trois semaines de stage / une semaine de formation a été très bénéfique, la période « de terrain » étant suffisamment longue pour se concentrer sur un projet, la période de cours permettant chaque fois de conclure par la confrontation, voire le réajustement, entre pratique et théorie. Le travail au sein du service communication du CGFL est intense, très varié et se fait parfois dans l'urgence, tant les sollicitations sont nombreuses et diverses. La richesse des possibilités, la rigueur requise, les moyens à disposition, l'éthique de l'établissement et, surtout, la confiance de ma responsable et la qualité de notre collaboration, ont motivé mon désir de rester travailler au CGFL. »

Développement de l'Aéroport Dijon Bourgogne / Quels enjeux touristiques pour les acteurs locaux ?

Aéroport Dijon Bourgogne, TGV Rhin Rhône, tramway… autant de projets qui vont modifier très prochainement la fréquentation touristique en Côte-d'Or. À l'intention des entreprises des secteurs commerce et tourisme, directement concernées, la CCI Dijon met en place un cycle de tables rondes sur ces sujets d'actualité. La première d'entre elles se tiendra le 8 novembre, à 14 h 30 à l'Aéroport Dijon Bourgogne, à Longvic, sur les thèmes suivants : clientèles touristiques en Côte-d'Or, état d'avancement du projet Renaissance, activité commerciale de l'Aéroport, premier bilan des nouvelles lignes intérieures et perspectives de développement, potentiel de l'Aéroport et retombées attendues. À 16 h 30, visite de la nouvelle aérogare. Inscription obligatoire en raison du nombre limité de places.

EN SAVOIR PLUS

Marie-Valérie Bourgeois-Jacquemin – 03 80 65 92 61
mv.bourgeois-jacquemin@dijon.cci.fr

Alizé Haute Côte-d'Or / 29 novembre : échanges pour préparer l'avenir

Quand de grandes entreprises d'un territoire apportent leur aide à des PME situées à proximité… C'est la raison d'être du dispositif Alizé Haute Côte-d'Or, animé par la CCI Dijon et présidé par Denis Boulinier depuis 3 ans. Pour le faire mieux connaître, favoriser les échanges entre PME et entreprises partenaires, remobiliser les entreprises du territoire, un séminaire est organisé le 29 novembre, de 14 h à 19 h, au Château de Malaisy, à Fain-les-Montbard. Objectif : comment consolider les acquis en ressources humaines, contrôle de gestion, qualité, sécurité, commercial dans tous les domaines où Alizé trouve la meilleure façon d'accompagner les PME de Haute Côte-d'Or.

EN SAVOIR PLUS

Michel Balard – 06 22 33 15 78 – m.balard@dijon.cci.fr

Tramway : indemnisation à l'amiable / La CCI Dijon vous informe

Une Commission d'Indemnisation à l'amiable des préjudices économiques liés aux travaux du tramway a été mise en place par le conseil communautaire de l'agglomération dijonnaise, (40 avenue du Drapeau – BP 17510 – 21075 Dijon cedex) et a tenu sa séance d'installation le 28 septembre 2010. Elle est ouverte exclusivement aux commerçants, artisans et professions libérales impactés par les travaux du tramway. Pour la saisir, vous devez remplir un dossier de demande d'indemnisation, (à demander par écrit au Grand Dijon ou à télécharger prochainement sur le site Internet www.letram-dijon.fr) et le renvoyer complété. Le requérant doit démontrer que son établissement a enregistré une perte de chiffre d'affaires en relation directe avec les travaux du tramway (travaux de plateforme). Les dossiers ne pourront être déposés qu'à l'expiration d'un délai minimum de 3 mois après le début de la perte de chiffre d'affaires (sauf en cas d'urgence motivée). Le requérant devra tenir à la disposition de l'expert économique et de la commission les informations comptables et le détail des mesures prises afin de pallier les gênes de travaux.

EN SAVOIR PLUS

Virginia Boilleaut – CCI Dijon – 03 80 65 91 85 – v.boilleaut@dijon.cci.fr

PDIE / FL 3000 est dans la course

FL 3000, le Club des entreprises des Parcs d'Activités de Dijon Nord, travaille à sensibiliser ses adhérents à la démarche de PDIE (Plan de Déplacement Inter-Entreprises), en partenariat avec la CCI Dijon. Un questionnaire a été adressé à ses adhérents pour connaître précisément quelles sont les entreprises intéressées par le projet et son dernier Flash Journal était consacré à la présentation de cette initiative. Les principales étapes de la démarche, ses avantages, les facteurs clés de succès ont été présentés.

EN SAVOIR PLUS

Vanessa Merle – 03 80 65 92 39
v.merle@dijon.cci.fr

Œnotourisme / Un nouveau label

Le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme, en collaboration avec Atout France, a mis en place un label « Vignobles et Découvertes ». Il vise à mettre en avant des territoires exemplaires en termes d'offre et de vitalité du tissu économique des acteurs de l'œnotourisme. Les destinations « Côte et Hautes-Côtes de Beaune : autour de la Colline de Montrachet », « Côte et Hautes-Côtes de Beaune : autour de la Colline de Corton », portées par la CCI Beaune et ses partenaires (Clos Mosaïc, Côte-d'Or Tourisme, Bourgogne Tourisme, et le BIVB) ont été récemment labellisées parmi les 10 destinations nationales retenues. Ainsi, respectivement 72 puis 86 prestations caves, restauration, hébergements, patrimoine, office de tourisme, structures réceptives, activités de loisirs) liées à la thématique œnotourisme vont pouvoir se regrouper autour d'actions menées par la CCI.

EN SAVOIR PLUS

Anne-Sophie Tavant – 03 80 26 39 64